

**Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency
(Kasus pada Pemasaran Shopping Center)**

Perkembangan pusat belanja mengalami peningkatan pesat, baik dilihat dari sudut bentuk atau fungsinya maupun dari sudut jumlah. Pusat belanja yang mempunyai fungsi awalnya sebagai tempat belanja dengan berbagai jenis pilihan, sekarang telah berubah fungsi sebagai pusat hiburan, belanja, rekreasi, exhibition atau pameran. Akan tetapi, pada kenyataannya kita melihat banyak ruang toko yang kosong.

Ruang toko yang kosong tidak hanya terlihat pada pusat belanja lama yang ditinggalkan pemiliknya, tapi dapat pula dilihat dari kios/toko yang masih kosong pada pusat-pusat belanja yang baru berdiri. Penyebabnya diduga ruang toko tersebut belum terjual semua karena harga cukup tinggi, sudah terjual tapi pemilik belum menemukan penyewa yang akan menyewa kembali kios/tokonya, pemilik ruang toko belum mau membuka kios/tokonya karena pengunjung masih sepi, service charge terlalu tinggi, atau tidak ada penyewa utama (anchor tenant) sehingga diduga konsumen tidak tertarik untuk mengunjungi pusat belanja tersebut.

